



MARKETING DE COMUNIDADE

SEBRAE

Marketing de comunidade



O impulso do e-commerce movimentou uma enorme quantidade de empreendedores para o ambiente virtual. A concorrência ficou muito maior, e as estratégias de negócios para fidelizar clientes inundam a internet com informação. Preços competitivos e fretes grátis acabam sendo a preferência das pessoas na hora de escolher com quem vão realizar a compra.

No entanto, há ainda uma outra estratégia super importante - e pouco mencionada- para criar uma verdadeira comunidade de fãs para produtos e serviços.

Capítulo 01

O que é comunidade



Comunidades são a reunião de pessoas que possuem interesses em comum. Um exemplo clássico de comunidade é a própria Apple. Os consumidores dos produtos Apple não são meros clientes: eles são uma comunidade de fãs apaixonados pela marca. Esses consumidores defendem os produtos e a própria cultura de inovação da marca, lotando palestras de lançamento e formando longas filas para comprar as últimas novidades da Apple.

Mas isso também se aplica a pequenas empresas?

Com certeza. Novas empresas que estão começando podem se aproximar e educar seus clientes desde o início. Por isso, o marketing criou um conceito só seu para se apropriar dos benefícios das comunidades. É o marketing de comunidade.

Capítulo 02

O que é marketing de comunidade

O marketing de comunidade é uma das estratégias de marketing para reunir os clientes daquela marca em volta de um produto ou de um serviço. O marketing de comunidade nasce com um objetivo muito apropriado para as necessidades das pessoas: **a sensação de pertencimento**. Com a sensação de pertencimento, é muito fácil para os negócios se desenvolverem e aumentarem as suas vendas.

Lembra quando falamos que preços e fretes são as principais preocupações dos clientes, mas só isso não basta? As empresas que desejam crescer de forma perene precisam engajar, construir, colaborar, criar conexões e aproximar-se do seu público.

As marcas que se aproximam dos seus consumidores conseguem oferecer melhores produtos voltados para aquela comunidade e ainda oferecer o melhor atendimento.

Ou seja, o marketing de comunidade permite a construção clara de melhores experiências de compra para além do atendimento, preço e/ou frete.

Capítulo 03

Por que investir em marketing de comunidade?



Se os motivos acima não são suficientes, vamos apresentar alguns outros motivos que demonstram por que o investimento em comunidade é tão importante:

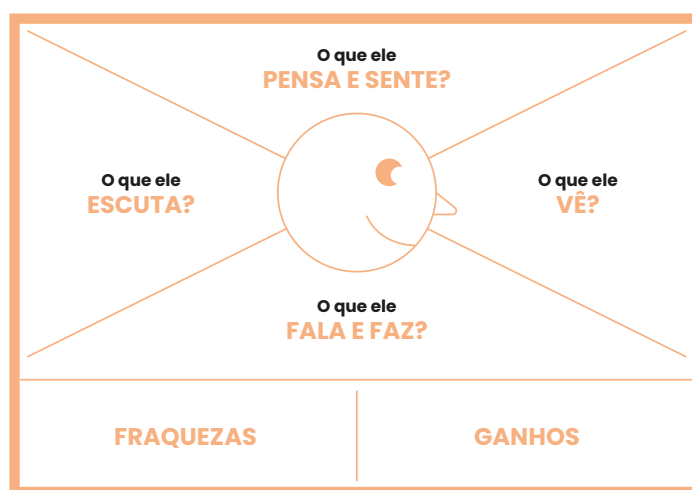
- Fortalece o relacionamento com o público;
- Fideliza clientes;
- Gera novas rendas;
- Cria uma comunidade de clientes que são verdadeiros defensores da marca;
- Gera autoridade e presença da marca no mercado;
- Fácil obtenção de feedbacks e comentários construtivos para o negócio;
- Aumenta a propaganda boca a boca e indicações espontâneas.

Capítulo 04

Construindo uma comunidade para a sua marca

O marketing de comunidade pode ser definido pelos 3Cs: **captar, capacitar e converter.**

CAPTAR



Como conseguir membros para a sua comunidade? Nem todas as pessoas são interessantes para a sua comunidade. É preciso que sejam pessoas que estejam interessadas em adquirir seus produtos e serviços.

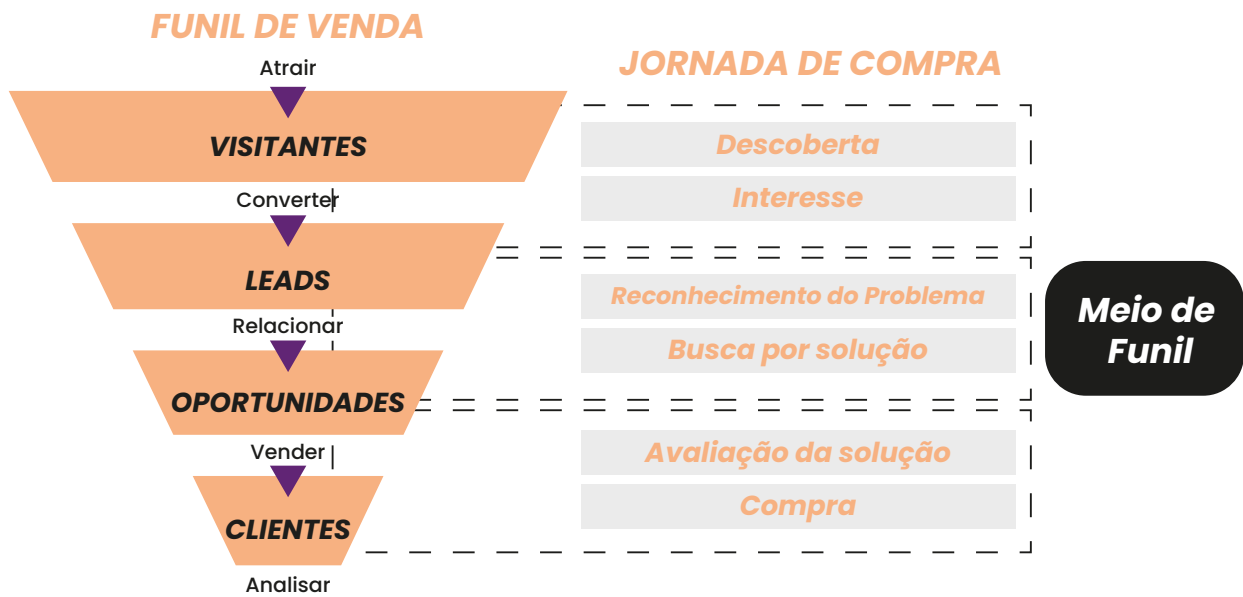
Para captar os membros corretos da sua comunidade, estude e entenda qual o perfil desejado. Para descobrir esse perfil, é preciso mapear os interesses das pessoas, descobrindo suas necessidades e como tornar essa interação mais interessante.

O mapa da empatia é um excelente framework para fazer um estudo do perfil do seu cliente.

CAPACITAR

Os futuros membros da sua comunidade precisam se preparar para fazer parte dela. Neste sentido, é preciso pensar na jornada de compra: o lead vai avançar no funil de vendas a partir do momento em que ele é educado a respeito da própria necessidade.

Assim, você precisa dar algum sentido para que o cliente siga na sua jornada, mostrando as vantagens de se relacionar com sua marca. É preciso que as pessoas estejam aptas a fazer parte da sua comunidade para que consigam interagir de maneira madura, contribuam nas trocas e promovam ajuda mútua.



CONVERTER

Agora que os membros da comunidade já fazem parte do seu grupo, é preciso promover o sentimento de pertencimento. Para estimular esse sentimento, é preciso desenvolver uma relação de confiança recíproca. Os membros da sua comunidade precisam se sentir à vontade e confiantes para se comunicarem espontaneamente dentro da comunidade. Os membros da sua comunidade não serão apenas clientes fiéis, mas também verdadeiros promotores da sua marca.



Capítulo 05

4 passos para fazer seu marketing de comunidade

Agora que já sabemos as vantagens das comunidades, vamos aprender como criar uma comunidade engajada no seu e-commerce.

1 DEFINA SEU PROPÓSITO

Você já se perguntou no que a sua marca acredita? Quais valores defende e qual o diferencial dos seus produtos e serviços? Defina esses critérios para dar o tom daquilo que sua comunidade irá gostar de partilhar.

2 DEFINA OS OBJETIVOS DA COMUNIDADE

Para isso, estude sua persona e entenda o que ela espera do relacionamento com a sua marca. Além disso, analise os canais pelos quais a sua comunidade se relaciona. Esteja onde seus clientes estão.

3

CRIE UM PRODUTO VIÁVEL MÍNIMO

O produto mínimo viável é a versão mais simples de um produto que pode ser disponibilizada para a validação do negócio. Em vez de aplicar o marketing de comunidade para a sua base de clientes, teste antes com alguns clientes mais engajados com a sua empresa.

4

DESENVOLVA CONTEÚDO RELEVANTE

Utilize as melhores práticas do marketing digital para entregar aos seus consumidores o conteúdo que eles desejam receber. Não se limite a promoções de produtos. Aqui, o propósito da sua marca fará toda a diferença.

Capítulo 06

Como engajar a comunidade

Certamente, o engajamento pode ser a parte mais difícil dentro de uma comunidade, mas nós temos algumas sugestões para que você tenha êxito com a sua comunidade.



DEFINA OS PAPÉIS DOS MEMBROS NA SUA COMUNIDADE

As pessoas possuem as características mais diferenciadas entre elas, mesmo quando compartilham interesses iguais. Pense na possibilidade de definir funções para alguns membros da sua comunidade a partir das aptidões diferentes entre eles. Por exemplo, pode haver um membro dedicado aos recém-chegados à comunidade, outro que organize os tópicos e o conteúdo da sua comunidade, entre outros.

FAÇA ENQUETES, TESTES E ENCONTROS PARA PERGUNTAS E RESPOSTAS

Uma das maneiras mais eficazes de engajar pessoas e ainda obter respostas e métricas interessantes sobre sua comunidade é oferecer enquetes e encontros para discutir os tópicos relevantes dentro da comunidade.

SOLICITE AS OPINIÕES SOBRE UM ASSUNTO

Assim como a criação de enquetes, ouça ativamente a sua comunidade. Solicite opiniões e avalie o que a sua comunidade pensa e deseja.

OBSERVE COM SUA COMUNIDADE QUAIS SÃO AS TENDÊNCIAS NO SEU MERCADO DE ATUAÇÃO

Com conteúdo relevante, a comunidade ganha liberdade e desejo de compartilhar novos tópicos relevantes que façam toda a diferença para as suas estratégias de marca.

PEÇA FEEDBACKS SOBRE O SEU PRODUTO E SERVIÇO

O feedback pode ser uma dor de cabeça para o empreendedor. No entanto, o feedback de uma comunidade pode ajudar a fazer mudanças e melhorias em produtos e serviços. Além do mais, lembre-se: o cliente que reclama e é atendido tem maiores chances de retornar.

ENVOLVA OS MEMBROS DA COMUNIDADE NO SEU PROCESSO DE CRIAÇÃO

A colaboração pode ser um excelente movimento de engajamento em novos serviços e produtos porque eles são desenvolvidos diretamente com aqueles que conhecem as verdadeiras dores. É possível criar um produto inteiramente novo com sua comunidade, fazendo com que eles se sintam especiais.

COMPARTILHE A DIVULGAÇÃO DE UM NOVO PRODUTO

Nada melhor do que saber de novidades em primeira mão. Os membros da sua comunidade também vão se sentir especiais caso tenham acesso antecipado a promoções e novos produtos que ainda não foram lançados no mercado.

APLIQUE TÉCNICAS DE GAMIFICAÇÃO COM DESAFIOS E CAMPANHAS PARA A SUA COMUNIDADE

Os jogos já são uma estratégia que veio pra ficar. As pessoas adoram jogos e se engajam facilmente com técnicas de gamificação. Desenvolva atividades com desafios para que eles possam competir entre si.

PREMIE OS MEMBROS MAIS PARTICIPATIVOS DA SUA COMUNIDADE

Os membros mais participativos são responsáveis pelo crescimento da comunidade. Premiar esses membros é agradecê-los por todo esse esforço e ainda incentivar os outros membros a também se tornarem mais ativos

GOSTOU DE SABER MAIS SOBRE COMO CRIAR COMUNIDADES ENGAJADAS?

Não deixe de acompanhar outros conteúdos do maior parceiro do empreendedor brasileiro: o Sebrae.

Referências

Aragão, Josué. sem data. Como aumentar as vendas online: 3 segredos infalíveis

Disponível em
<https://comunidadeecommerce.com/aumentar-as-vendas-online/>

beeviral. 2022. O QUE É COMMUNITY COMMERCE E COMO AUMENTAR SUAS VENDAS ONLINE ATRAVÉS DESSE NOVO CONCEITO

Disponível em
https://www.beeviral.com.br/o-que-e-community-commerce-e-como-aumentar-as-vendas-online-atraves-desse-novo-conceito?gclid=CjwKCAiAvK2bBhB8EiwAZUbPILAE6_la6FXIEAX0FFrnIAw-ml42WK2t90-IXH50DSIT7I-Zy7Td5RoCjakQAvD_BwE

DE OLIVEIRA, Josele Delazeri. 2022. COMO CONSTRUIR UM SENSO DE COMUNIDADE NO E-COMMERCE.

Disponível em
<<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/como-construir-um-senso-de-comunidade-no-e-commerce>>

Eugênio, Marcio. 2019. Veja 5 formas de comércio eletrônico para criar comunidades fortes.

Disponível em
<<https://www.dlojavirtual.com/dicas-marketing/marketing-digital/veja-5-formas-de-comercio-eletronico-para-criar-comunidades-fortes/>>

Melo, Maria Júlia. sem data. Como aumentar as vendas online: 3 segredos infalíveis.

Disponível em < <https://comunidadeecommerce.com/>>

PagarMe. 2022. Como criar uma comunidade digital em torno da sua marca?.

Disponível em <<https://pagar.me/blog/comunidade-digital/>>

Resultados Digitais. Atualizado em 2021. Marketing de comunidade: o que é, benefícios e como colocar em prática em 4 etapas.

Disponível em

<<https://resultadosdigitais.com.br/marketing/marketing-de-comunidade/>>



A força do empreendedor brasileiro.

0800 570 0800
www.sebrae.com.br